

# МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

## Чай в пакетиках



Виконав:  
Студент групи Кд 15  
1/9  
Шевченко Едуард

---

**Мета дослідження:** виявлення переваг покупців для визначення споживчих властивостей інновації нового товару

**Предмет дослідження:** чай в пакетиках

**Об'єкт, вибірка:** покупці віку від 20 років і вище





# ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЧАЙ

Чайний пакетик є закритий пакетик з фільтрованого паперу, зазвичай містить разову дозу чаю для разової заварки. Пакетик, як правило, закривається металевою дужкою, оскільки клей негативно позначається на смакових якостях чаю. Більшість чайних пакетиків має нитку, за яку пакетик легко можна дістати з готового чаю.



# ВИДИ ЧАЙНИХ ПАКЕТИКІВ



Прямокутні:  
а) однокамерні  
б) двокамерні



Пірамідальні



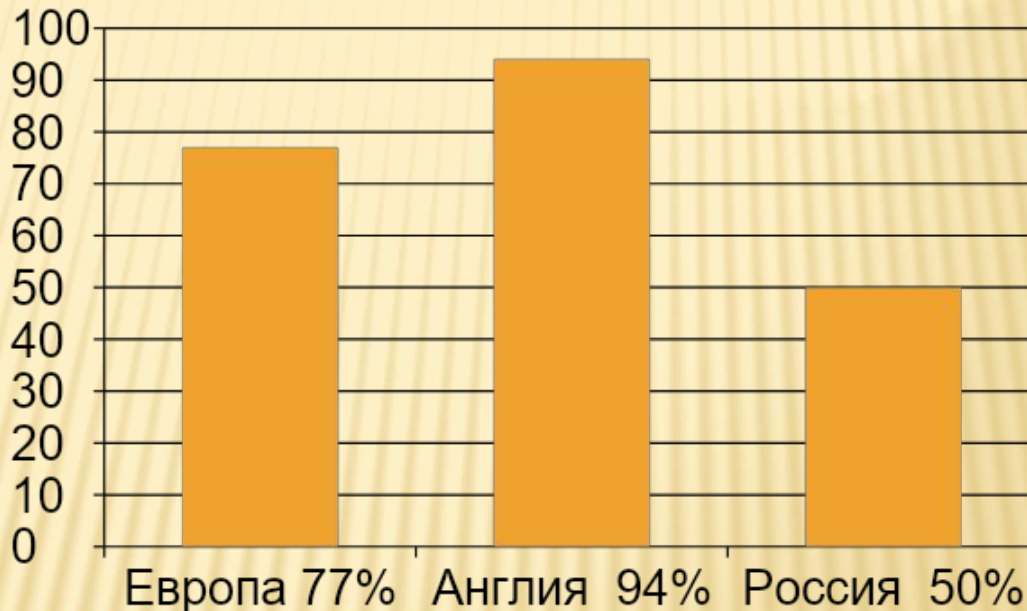
Круглі



Дизайнерські

# ПОШИРЕННЯ

Пакетований чай широко поширений в світі і частка його в загальному чайному ринку зростає.



Чайні пакетики міцно зайняли нішу в недорогих закладах громадського харчування і стали практично стандартом для офісного чаювання. Збільшується їх споживання і в сім'ях.



# ОПИТУВАННЯ

Виявлення переваг покупців

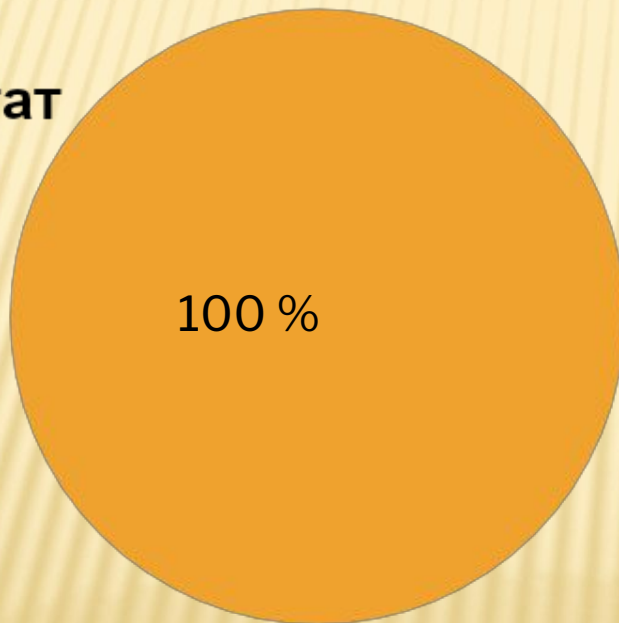


# НА НАШІ ЗАПИТАННЯ ВІДПОВІЛИ 20 ЧОЛОВІК

## Чи вживаєте ви чай в пакетиках?

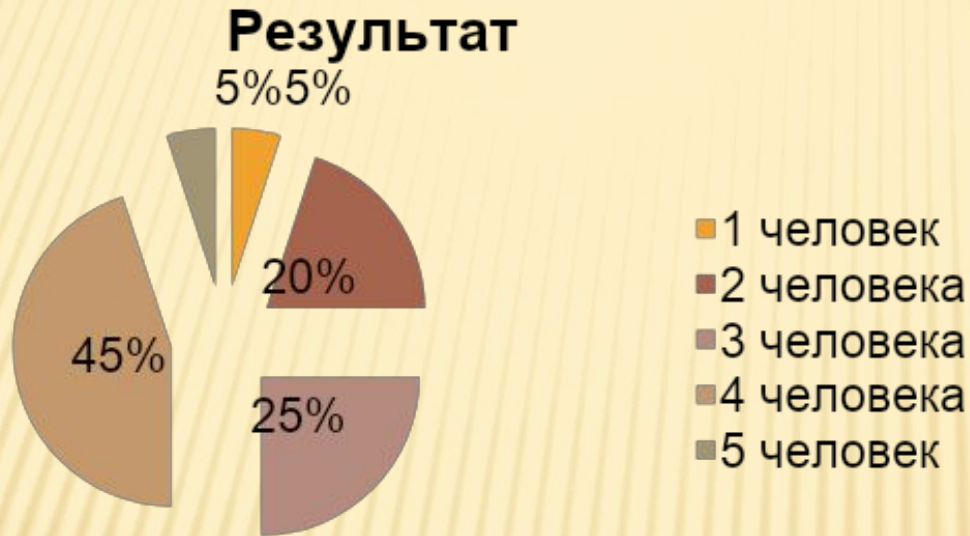
Так	20	100%
Ні	0	0%

Результат





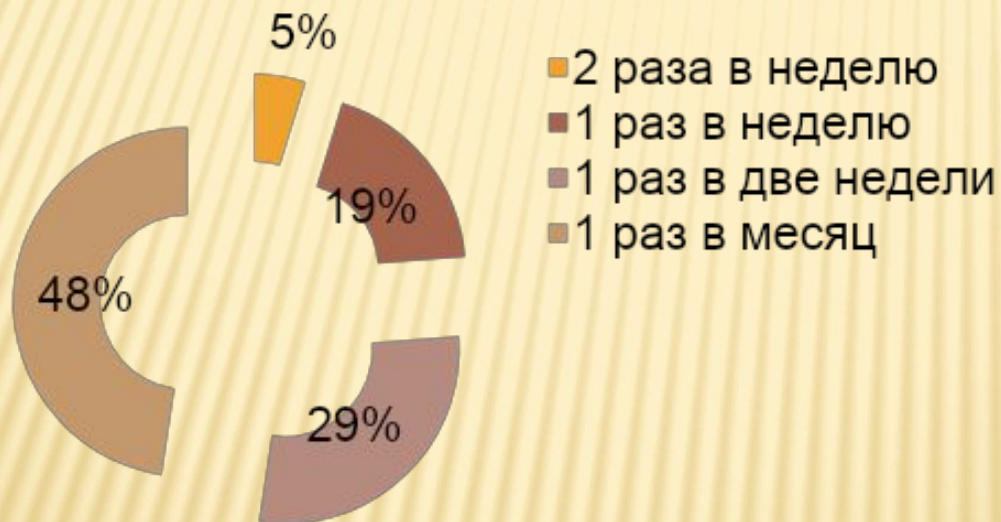
# СКІЛЬКИ ЛЮДЕЙ У ВАШІЙ РОДИНІ?





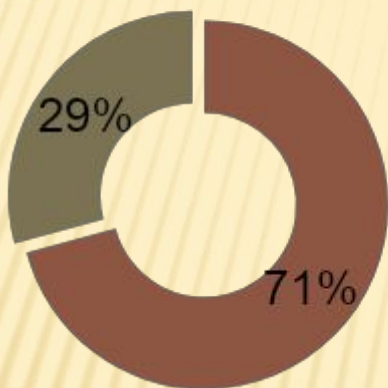
# ЯК ЧАСТО ВИ КУПУЄТЕ ЧАЙ В ПАКЕТИКАХ?

## Результат



# ЯКИЙ СОРТ ЧАЮ ВИ П'ЄТЕ НАЙЧАСТІШЕ?

Результат



- Черный
- Зеленый
- Красный
- Белый

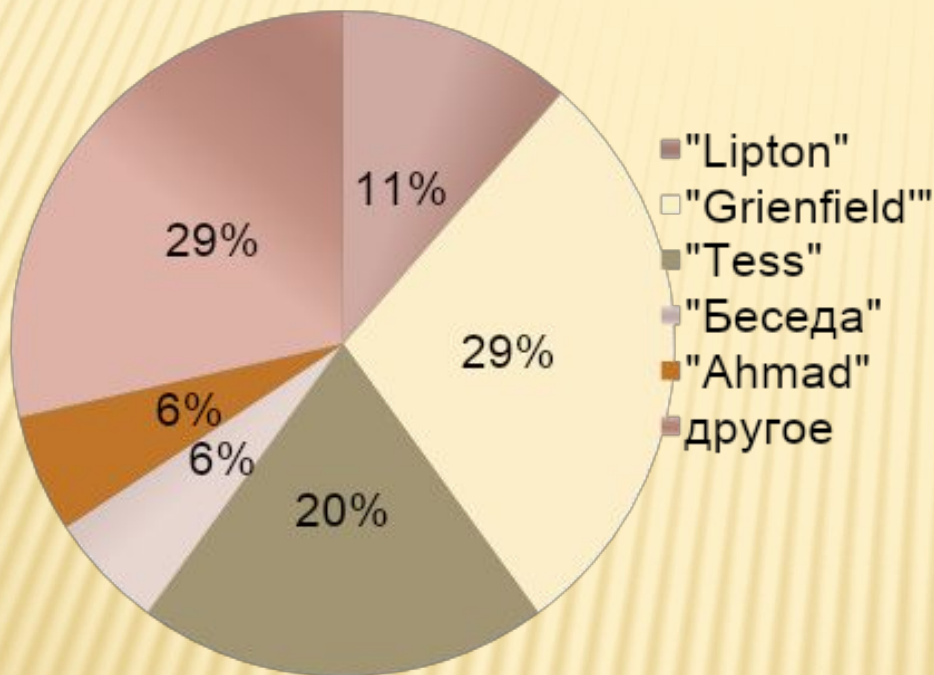




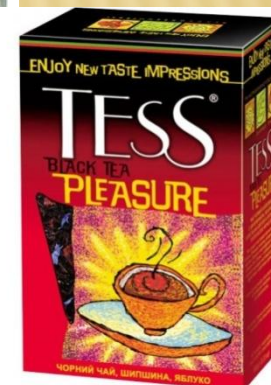
# ЯКУ МАРКУ ЧАЮ ВИ ВІДДАЄТЕ

## ПЕРЕВАГУ?

Результат



Lipton	4	11%
Greenfield	10	28%
Tess	7	20%
Беседа	2	6%
Ahmad	2	6%
другое	10	29%





# ЧИ ВПЛИВАЮТЬ НА ВАШ ВИБІР РЕКЛАМНІ АКЦІЇ НА УПАКОВЦІ?



# НА ЧТО ВЫ ОБРАЩАЕТЕ ВНИМАНИЕ ПРИ ВЫБОРЕ УПАКОВКИ ЧАЯ В ПАКЕТИКАХ?



Новинка	7	16%
Цвет упаковки, оригинальность	3	7%
Эргономичность	5	11%
Состав чая	8	18%
Известность марки	7	16%
Вкусовые добавки	14	32%

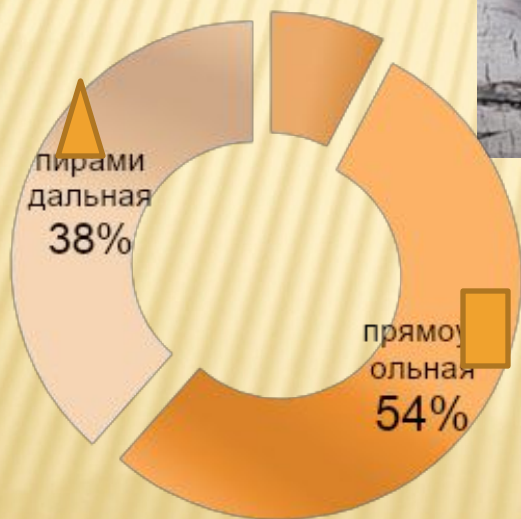




# ЯКУ ФОРМУ ЧАЙНИХ ПАКЕТИКІВ ВИ ВІДДАЄТЕ ПЕРЕВАГУ?

Результат

круглая  
8%





# ДЛЯ ВАС МАЄ ЗНАЧЕННЯ НАЯВНІСТЬ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ УПАКОВКИ ЧАЙНОГО ПАКЕТИКА?

Так	10	50%
Ні	10	50%

**Результат**

■ да  
■ нет



# ЧИ ВПЛИВАЄ НА ВАШ ВИБІР РЕКЛАМА ЧАЮ?



*Faites l'expérience,  
vous comprendrez!*

*Patricia Kaas*

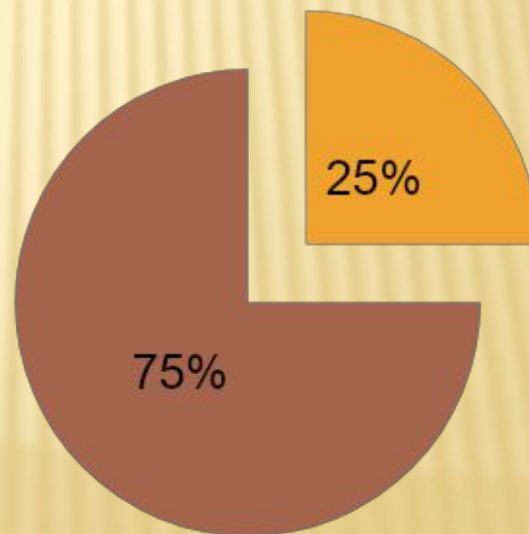


ЭКСКЛЮЗИВНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ LIPTON.  
«ПОПРОБУЙТЕ, И ВЫ САМИ ВСЕ ПОЙМЕТЕ!»  
ПАТРИСИЯ КААС  
LIPTON ВСЯ СИЛА ЧАЙНОГО ЛИСТА

Так	5	25%
Ні	15	75%

## Результат

■ да  
■ нет





## ВИСНОВКИ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАННЯ

---

- ❖ На сьогоднішній момент чай в пакетиках користується великим попитом, що може справити позитивний вплив при впровадженні нового товару на ринок.
  - ❖ Щодо кількості членів сім'ї (в середньому 3-4 людини) більшість опитаних купують чай раз на місяць, що може вказувати або на одноразову покупку необхідної кількості чаю, або на вживання покупцями інших напоїв.
  - ❖ Покупці явну перевагу віддають чорному сорту чаю, внаслідок чого, необхідно зосередитися на виробництві та постачанні саме цього сорту на вітрини магазинів, а також не забувати і про любителів зеленого чаю.
- 25% покупців купують чай однієї торгової марки, оскільки він задовольняє їх вимогам більше, ніж інші, але решта 75% готові розглядати нові пропозиції виробників і віддавати свою перевагу на користь кращого.



- 
- ❖ Середньороздрібна ціна на упаковку чаю в пакетиках складає 40 - 45 руб., Але за результатами опитування більшість покупців готові платити 50 і більше руб. за чай, який відповідає їх вимогам за складом, смаковими добавками, ергономічністю упаковки. Тому у виробника є можливість підвищити ціну, а отже і прибуток, якщо вдасться задовольнити потреби покупців.
  - ❖ Для багатьох споживачів чаю в пакетиках оптимальною формою для пакетика є прямокутна або пірамідальна.
  - ❖ Ставлення до наявності індивідуальної упаковки чайного пакетика 50/50, тому вирішення цього питання залишається за виробником, з метою якого врахувати побажання всіх покупців.
  - ❖ При здійсненні маркетингових ходів більший вплив матиме рекламна акція безпосередньо на самій упаковці чаю, ніж реклама по телебаченню. Облік цього факту допоможе ефективніше вкласти кошти з орієнтацією на результат.